

ANALISIS PENGARUH *PRICE PERCEPTION*, *SERVICE QUALITY* DAN *STORE LOCATION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*

(Survei di Hypermart Solo Square, Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ROSSI REINALDI WIRYAWAN

B100130100

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

“ANALISIS PENGARUH PRICE PERCEPTION, SERVICE QUALITY, DAN
STORE LOCATION TERHADAP COSTOMER LOYALTY”

(Survey di Hypermart Solo Square, Solo)

Yang ditulis oleh :

ROSSI REINALDI WIRYAWAN

B100130100

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 10 Juni 2017

Pembimbing


(Jati Waskito, SE., MSi.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(**Dr Syamsudin, MM**)

HALAMAN PENGESAHAN

“ANALISIS PENGARUH PRICE PERCEPTION, SERVICE QUALITY, DAN
STORE LOCATION TERHADAP COSTOMER LOYALTY”

(Survey di Hypermart Solo Square, Solo)

Oleh:

ROSSI REINALDI WIRYAWAN

B100130100

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada Hari Sabtu, 10 Juni 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Jati Waskito, SE., MSi. (.....) (Ketua)
2. Dra. Wuryaningsih DL, MM (.....) (Sekretaris)
3. Ir. Irmawati, SE, MSi (.....) (Anggota)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**


(Dr. Syamsudin, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rossi Reinaldi Wiryawan

Nim : B100130100

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENERUH PRICE PERCEPTION, SERVICE
QUALITY, DAN STORE LOCATION TERHADAP
COSTOMER LOYALTY

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammmadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2017

Yang membuat pernyataan,

ROSSI REINALDI WIRYAWAN

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

“Man Jadda Wa Jada” (barangsiapa yang bersungguh-sungguh, maka pasti akan berhasil)

(Anonim)

“Jika tidak ingin hidupmu sulit, jangan mempersulit hidup orang lain”

(Anonim)

PERSEMBAHAN



Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT yang telah memberi anugrah di hidupku dan senantiasa mencurahkan nikmat serta hidayah-Nya.
2. Rasulullah SAW semoga shalawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Terimakasih kepada bapak JatiWaskito, SE., M.Si. yang senantiasa dengan sabarnya membimbing saya dalam pengeerjaan skripsi ini hinggai selesai.
4. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan semuanya, doa, kasihsayang, cinta, pengorbanan, dukungan, dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku. Semoga Allah selalu melimpahkan berjuta kenikmatan yang tiada henti kepada Ibu dan Bapak.
5. Kakakku tercinta terimakasih atas dukungan moral serta materil yang tiada henti, selalu mendampingi dalam perjuanganku menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih sahabat di kampus Fauzan.
7. Terimakasih juga kepada Nana yang selalu menyempatkan waktu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada teman Manajemen 2013 kelas C.
9. Almamater UMS tercinta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *PRICE PERCEPTION*, *SERVICE QUALITY* DAN *STORE LOCATION* TERHADAP *COSTOMER LOYALTY*”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin. M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr.Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Jati Waskito, SE., M.Si.selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis dalam penyusunan penelitian demi kemajuan skripsi penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

6. Bapak dan Ibu saya yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materill sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman saya yang selama ini telah memberikan semangat, dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 12 Mei 2017

Penulis



ROSSI REINALDI WIRYAWAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price perception*, *service quality* dan *store location* terhadap *costomer loyalty* di hypermart solo square. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dikriptif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Hypermart Solo Square, Surakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 75 konsumen hypermart solo square. Pengumpulan sampel dengan cara *accidental sampling*. Data yang digunakan merupakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket (kuesioner). Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji R^2 .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *price perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *costomer loyalty* berdasarkan pada nilai t, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,305 > 2,000$); *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *costomer loyalty* berdasarkan pada nilai t, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,110 > 2,000$); *store location* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *costomer loyalty* berdasarkan pada nilai t, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,868 > 2,000$). *Price perception*, *service quality*, *store location* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *costomer loyalty*, dibuktikan dengan uji F. Pada uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 80,205 dan F_{tabel} 3,15 (H_0 ditolak, H_1 diterima); Hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa *price perception*, *service quality* dan *store location* mampu menjelaskan variabilitas sebesar 51,4%.

Kata Kunci : *Perception*, *Service Quality*, *Store Location* terhadap *Costomer Loyalty*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price perception, service quality and store location on costomer loyalty in hypermart solo square. This research type is descriptive research. Population of this research is consumer of Hypermart Solo Square, Surakarta. The sample in this research is 75 consumers of hypermart solo square. Collection of samples by accidental sampling. The data used are primary data. Data collection techniques using questionnaire method (questionnaire). Data analysis techniques use validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test, R2 test.

The results showed that: price perception has positive and significant effect on costomer loyalty based on t value, $t_{count} > t_{table}$ ($3,305 > 2,000$); Service quality has a positive and significant effect on costomer loyalty based on t value, $t_{count} > t_{table}$ ($4,110 > 2,000$); Store location has positive and significant effect on costomer loyalty based on t value, $t_{count} > t_{table}$ ($2,868 > 2,000$). Price perception, service quality, store location are connected together to costomer loyalty, proved by F test. F test obtained Fcount of 80.205 and Ftable 3.15 (H_0 rejected, H_1 accepted); Coefficient Determination (R^2) test results show that price perception, service quality and store location are able to explain the variability of 51.4%.

Keywords: Perception, Service Quality, Store Location to Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHASN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Customer Loyalty	8
1. Loyalitas Kognitif.....	10
2. Loyalitas Afektif.....	10

3. Loyalitas Konatif	10
4. Loyalitas Tindakan	11
3. Price Perception.....	12
1. Faktor Internal Perusahaan	12
2. Faktor Lingkungan Eksternal.	13
4. Service Quality	15
5. Store Location	17
B. Hipoteis Penelitian Dan Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka pemikiran	22

BAB IIIMETODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian	23
B. Definisi Operasional	24
C. Populasi dan sampel	26
D. Jenis Dan Sumbar Data	27
E. Metode Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29
G. Metode Analisis Data	30
H. Uji Hipotesis.....	33

BAB IVANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden	35
B. Pengujian Instrumen Penelitian	36
1. Uji Validitas.....	36

2. Uji Reliabilitas	39
3. Uji Asumsi Klasik	39
a. Uji Normalitas	39
b. Uji Multikolinearitas	40
c. Uji Heterokedastisitas.....	41
4. Uji Hipotesis.....	41
a. Hasil analisis regresi linear berganda.....	41
b. Uji t.....	43
c. Uji F.....	48
d. Uji R^2	50
C. Pembahasan	51
1. Pengaruh dari lokasi terhadap loyalitas.....	51
2. Pengaruh dari pelayanan terhadap loyalitas.....	51
3. Pengaruh dari Persepsi harga terhadap loyalitas	52

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	53
B. Keterbatasan Penelitian	54
C. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA	55
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Perception</i>	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Location</i>	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas Data.....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Data	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Model I.....	22
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data
3. Uji Validitas dan Realibilitas
4. Uji Normalitas
5. Uji Multikolinearitas
6. Hasil Uji Autokorelasi
7. Uji Heteroskedastisitas
8. Analisis Regresi
9. Distribusi Nilai F_{tabel}
10. Tabel Harga Kritis dari r
11. Distribusi Nilai t_{tabel}